



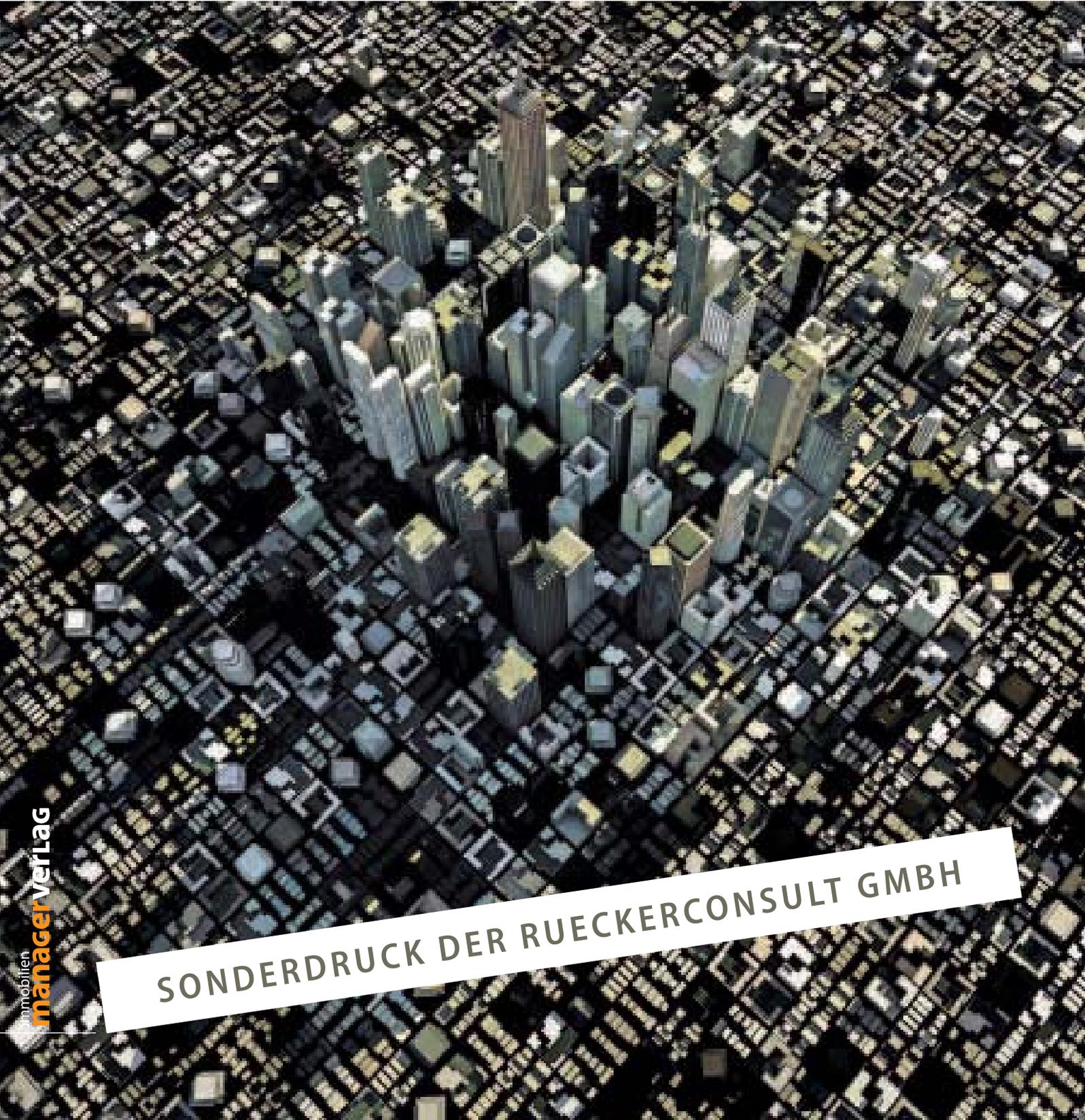
immobilien

manager

entscheidend für entscheidender

8 · 2016

UMFRAGE ZUR ÖFFENTLICHKEITSARBEIT IN DER IMMOBILIENBRANCHE



SONDERDRUCK DER RUECKERCONSULT GMBH

Beauftragen oder selbst machen?

Wie viele Unternehmen der Branche erledigen ihre Öffentlichkeitsarbeit selbst, wie viele delegieren lieber? Wie schätzen die Unternehmen die Kompetenzen der auf die Immobilienwirtschaft spezialisierten Agenturen ein? Deckt sich ihre Wertung mit der Sicht der Fachjournalisten? Auf all diese Fragen gibt unsere exklusive Umfrage zur Öffentlichkeitsarbeit in der Immobilienwirtschaft Antworten.

VON CHRISTOF HARDEBUSCH

Die Zeiten, in denen die Sekretärin zwischen zwei Diktaten noch die Pressemitteilung zum aktuellen Projekt verfasst, sind längst vorbei. Viele Unternehmen der Immobilienwirtschaft kommunizieren sehr professionell und auf vielen Kanälen – oder sie lassen kommunizieren.

Näheres über die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Branche ist freilich nicht bekannt. Oder besser gesagt: war nicht bekannt. Denn die aktuelle Umfrage von immobilienmanager – unseres Wissens die erste ihrer Art – bringt viel Licht ins Dunkel des kommunikativen Dschungels.

Die Umfrage zeigt, wie viele Unternehmen ihre Presse- und Öffentlichkeitsarbeit selbst erledigen und wie viele sich dazu der am Markt aktiven Agenturen bedienen. Und sie zeigt, welche Agenturen der Markt für besonders kompetent hält.

Beteiligt haben sich insgesamt 165 Unternehmen. Wir haben die Umfrage zudem durch eine zweite Befragung unter Immobilienjournalisten flankiert.

Hier wollten wir vor allem Einschätzungen zur Pressearbeit der Unternehmen und Vergleichsmaterial für die Bewertung der Agenturen gewinnen.

Öffentlichkeitsarbeit kostet Geld, bringt aber keinen erkennbar auf sie rückführbaren Umsatz. Deshalb war unsere erste Frage, welche Unternehmen überhaupt eine eigene Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit haben. Das Ergebnis:

52 Prozent der Unternehmen haben eine eigene Abteilung, die anderen 48 Prozent nicht.

Was tut eine solche Abteilung, wenn sie denn vorhanden ist? Die naheliegende Antwort „Pressearbeit“ kreuzten 89 Prozent an. Weitere Schwerpunktaufgaben sind Unternehmensmarketing (73 Prozent) Veranstaltungen (65 Prozent) und interne Kommunikation (62 Prozent). Immerhin 38 Prozent der Abteilungen zählen aber auch das Immobilien- und Produktmarketing zu ihren Aufgaben. Eine zweischneidige Strategie, denn erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit setzt Vertrauen voraus, und eine Vermischung mit Marketing-Aspekten ist dem nicht unbedingt förderlich.

Immerhin ermöglicht die Mehrzahl der Unternehmen mit eigener Öffentlichkeitsabteilung eine Trennung der Kommunikationsstränge. Unternehmen, die keine eigene Abteilung für ihre Öffentlichkeitsarbeit haben, vermengen beide Bereiche

weitaus stärker. Mehr als die Hälfte dieser Unternehmen lässt die Öffentlichkeitsarbeit durch ihr Unternehmensmarketing erledigen. Sicherlich spielt hier auch die Größe der Firmen eine wichtige Rolle: Kleinere Unternehmen können sich eine eigene Abteilung oder auch nur speziell für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit abgestellte Mitarbeiter oft nicht erlauben. 85 Prozent der Unternehmen setzen externe Kommunikationsagenturen für

Elf Agenturen haben einen Bekanntheitsgrad von mehr als 20 Prozent

Name	Kenne ich persönlich oder dem Namen nach	Rang
Dr. Zitelmann PB	85,9 %	1
Feldhoff & Cie	84,4 %	2
Rueckerconsult	70,2 %	3
Werner Rohmert Unternehmensberatung	55,6 %	4
Ummen Communications	55,2 %	5
Edelman.Ergo	52,9 %	6
Hütten Real Solutions	45,0 %	7
Targa Communications	29,8 %	8
Fiveandfriends	23,5 %	9
TPA	22,8 %	10
Stöbe Kommunikation	22,5 %	11

n = max. 101



Quelle: immobilienmanager

Die Umfrage

Die Befragung fand im April 2016 statt. Teilgenommen haben 165 Unternehmen. Rund die Hälfte davon hat bis zu 50 Mitarbeiter. Größte Teilbranchen sind Projektentwickler (27 Prozent), Fonds und Immobilien-AGs (21 Prozent), Berater (20 Prozent) und Makler (sieben Prozent).

In den einzelnen Rankings haben wir eine Untergrenze von 20 Nennungen angesetzt. Agenturen, auf die weniger Nennungen entfallen sind, wurden nicht gelistet.

ihre Öffentlichkeitsarbeit ein – als Ersatz für die eigene Abteilung oder als deren Ergänzung. Haupteinsatzfelder sind die strategische Beratung zur Entwicklung und Umsetzung der Öffentlichkeitsarbeit (76 Prozent) sowie das Verfassen und Versenden von Pressemitteilungen und die Funktion als fester Ansprechpartner für Presseanfragen. 58 Prozent der befragten Unternehmen beauftragen Agenturen zudem mit dem Verfassen von Gastbeiträgen. Studien rangieren mit 15 Prozent am unteren Ende der Bedürfnis-Skala. Spannend ist zunächst einmal, welche Agenturen den Unternehmen überhaupt bekannt sind. Dazu haben wir eine Liste mit 37 Agenturnamen vorgegeben. Weitere Namen konnten frei eingetragen werden. Das Ergebnis mag überraschen: Nur sechs Dienstleister erreichen einen Bekanntheitsgrad von mehr als 50 Prozent, weitere fünf schafften es immerhin über die 20-Prozent-Hürde. Im Umkehrschluss be-

Immobilienkompetenz der Agenturen: So bewerten die Unternehmen

Name	Hohe oder solide Kompetenz	Rang
Rueckerconsult	97,9%	1
Ummen Communications	97,7%	2
Feldhoff & Cie.	95,5%	3
Targa Communication	85,7%	4
Dr. Zitelmann PB	82,7%	5
Werner Rohmert Unternehmensberatung	80,0%	6
Edelman.Ergo	77,4%	7
Hütten Real Solutions	75,0%	8

n=110, es werden nur Agenturen genannt, die absolut mindestens 20 Nennungen erreicht haben.
Quelle: immobilienmanager

Welche Agenturen kompetent im Immobilienmarketing sind

Name	Hohe oder solide Kompetenz	Rang
Ummen Communications	89,5%	1
Feldhoff & Cie	88,7%	2
Rueckerconsult	75,8%	3
Edelman.Ergo	68,2%	4
Dr. Zitelmann PB	65,0%	5
Werner Rohmert Unternehmensberatung	30,0%	6

n=105, es werden nur Agenturen genannt, die absolut mindestens 20 Nennungen erreicht haben.
Quelle: immobilienmanager

So bewerten die Unternehmen die Finanzmarktcompetenz der Unternehmen

Name	Hohe oder solide Kompetenz	Rang
Rueckerconsult	92,1%	1
Feldhoff & Cie	89,8%	2
Ummen Communications	89,7%	3
Edelman.Ergo	84,0%	4
Werner Rohmert Unternehmensberatung	75,0%	5
Dr. Zitelmann PB	73,8%	6
Hütten Real Solutions	55,0%	7

n=105, es werden nur Agenturen genannt, die absolut mindestens 20 Nennungen erreicht haben.
Quelle: immobilienmanager

Die Veranstaltungskompetenz der Agenturen

Name	Hohe oder solide Kompetenz	Rang
Feldhoff & Cie	98,2%	1
Rueckerconsult	86,7%	2
Ummen Communications	84,4%	3
Hütten Real Solutions	84,0%	4
Edelman.Ergo	70,0%	5
Dr. Zitelmann PB	68,5%	6

n=105, es werden nur Agenturen genannt, die absolut mindestens 20 Nennungen erreicht haben.
Quelle: immobilienmanager

deutet das, dass 26 Agenturen am Markt relativ unbekannt sind. Vielleicht wäre hier etwas mehr Öffentlichkeitsarbeit in eigener Sache ratsam.

Unter den sechs Erstplatzierten finden sich mit Dr. Zitelmann PB, Werner Rohmert Unternehmensberatung und Ummen Communications drei schon lange aktive Marktteilnehmer, mit Feldhoff & Cie. sowie Ruecker Consult zwei deutlich

Das Urteil der Journalisten

Spannend für Unternehmen und Agenturen dürfte sein, wie Fachjournalisten ihre Öffentlichkeitsarbeit sehen. 13 Kollegen und Kolleginnen haben auf unsere Fragen geantwortet. Eine statistisch belastbare Aussage lässt sich auf dieser Basis natürlich nicht treffen, wäre im Immobilienjournalismus allerdings aufgrund der zu geringen Gesamtzahl der darauf spezialisierten Journalisten wohl auch generell nicht zu erreichen.

Ein klarer Trend lässt sich aus den Antworten aber schon ableiten: Journalisten erleben und bewerten die Agenturwelt anders als Unternehmen. Hinsichtlich der Bekanntheit belegt Dr. Zitlmann PB bei beiden befragten Gruppen Rang eins. Dahinter zeigen sich aber einige Unterschiede. Mit Rozok Communications, Stöbe Kommunikation und Dafko sehen die Journalisten gleich drei Agenturen unter den Top Ten, die aus Sicht der Unternehmen weniger bekannt sind. Hier zählt sich offensichtlich die persönliche und intensive Ansprache und Zusammenarbeit von Agenturen mit Journalisten aus.

In der Bewertung der Kompetenz zeigt sich für Dr. Zitlmann PB eine gewisse Diskrepanz zwischen Unternehmen und Journalisten. Letztere setzen das Berliner Unternehmen in allen Kompetenzfragen und auch bei der Frage nach dem Ruf am Markt durchweg auf Rang eins, in der Kompetenzen-Bewertung der Unternehmen hingegen einen Platzierungsdurchschnitt von 5,67. Rang zwei und drei in der Kompetenzwertung der Journalisten belegen Rozok Communication und Ruckerconsult.

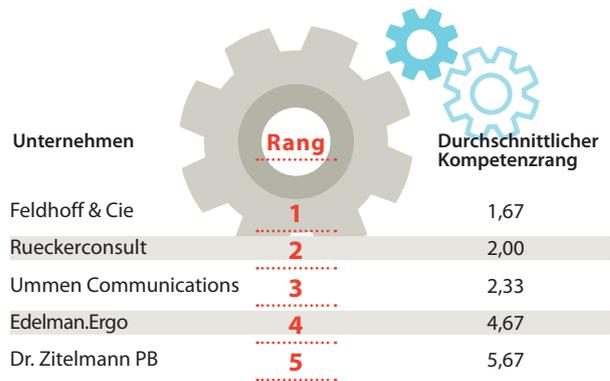
jüngere Dienstleister sowie mit Ergo eine große Agentur mit ausgeprägter Immobilien-Abteilung.

In den abgefragten Kompetenzbereichen ändert sich dieses Bild nicht grundsätzlich, dafür aber die Reihenfolge. Die Immobilienkompetenz erreicht bei Rueckerconsult, Ummen Communications und Feldhoff & Cie Zustimmungswerte von mehr als 50 Prozent. Dr. Zitlmann PB behauptet sich knapp in der Top Five. Targa Communications schieben sich auf Rang vier. Die Werner Rohmert Unternehmensberatung belegt Rang sechs, gefolgt von Ergo Kommunikation und Hütten Real Solutions.

Auch in Sachen Finanzmarktcompetenz sehen die antwortenden Unternehmen das bekannte Führungstrio, wenn auch in veränderter Reihenfolge, vorn. Rang vier belegt in dieser

Top Five:

Die kompetentesten Agenturen aus Sicht der Unternehmen



Basis: Durchschnittswerte der in den abgefragten Kompetenz-Kategorien erreichten Platzierungen.
Quelle: immobilienmanager

Disziplin allerdings Ergo, Rang fünf die Werner Rohmert Unternehmensberatung, gefolgt von Dr. Zitlmann PB.

Im Kompetenzranking zum Thema Öffentlichkeitsarbeit erreichen die Zitelmänner wieder Platz fünf, Ergo behauptet dort seinen vierten Rang. Das Führungstrio ändert wieder einmal die interne Reihenfolge, nicht aber die die Zusammensetzung.

Dieses Spiel wiederholt sich beim Kompetenzranking in der Disziplin Unternehmensmarketing. Hier gelingt es Hütten Real Solutions, in die Top Five vorzustoßen. Beim Ranking der Veranstaltungskompetenz erreicht die Agentur sogar Rang vier.

Welcher Agentur gebührt aber nun aus Sicht der befragten Unternehmen die Kompetenz-Krone? Dass es eines der drei Unternehmen sein muss, die in jeder Einzeldisziplin Gold, Silber und Bronze immer hübsch abwechselnd unter sich verteilen konnten, liegt auf der Hand. Ermittelt man den Durchschnitt aller Ränge, klärt sich das Bild: Feldhoff & Cie. erreichen einen Rang-Durchschnitt von 1,67 und damit Platz eins, vor Ruecker Consult mit einem Rangdurchschnitt von 2,0 und Ummen Communications mit einem Rangdurchschnitt von 2,33. Ergo folgt mit deutlichem Abstand auf Rang vier.

Weitere Tabelle zu den Ergebnissen der Umfrage finden Sie in der App und im eMagazine von immobilienmanager.

